



**A CURADORIA DA VIDA:
A administração de lembranças a partir do consumo do aplicativo
*Timehop*¹**

Roberta de Oliveira MONTEIRO²
Ana Catarina HOLTZ³
Paola MAZZILLI⁴

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

RESUMO

O trabalho a seguir tem como objetivo refletir sobre o resgate de conteúdos pessoais que foram compartilhados no passado, por meio da plataforma *web*, a partir do aplicativo *Timehop*. Este aplicativo tem como um de seus diferenciais o fato de reunir no presente uma série de materiais que foram postados por seu usuário em outras redes sociais, fazendo um comparativo diário, em relação ao mesmo dia do ano passado, das informações que ele compartilhou. Para realização desta investigação, tomamos como pilar o conceito de cibercultura, bem como as práticas comunicacionais que se estabelecem nesse ambiente. Além disso, autores como Zygmunt Bauman, Stuart Hall, João Freire Filho, André Lemos e Paula Sibilía serão utilizados para discutir a pertinência desse aplicativo para se compreender as políticas de visibilidade que se desenrolam no cenário midiático contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE: cibercultura; tempo; documentação; identidade; *Timehop*.

**(1) O PROCESSO DE DOCUMENTAÇÃO DA VIDA NA PLATAFORMA
WEB**

Como ponto de partida desse artigo, iremos discutir a importância que a cibercultura assumiu, na atual conjuntura, buscando problematizar como a plataforma *web* possibilitou novas formas de interação entre os sujeitos e construção de identidades. Para tanto, iniciaremos nossas reflexões retomando a concepção de Web

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Social da ESPM-SP, email: roberta.monteiro94@gmail.com.

³ Recém graduada no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM, Mestranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP email: anaholtz89@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Doutoranda em Psicologia Clínica e em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Professora do Curso de Comunicação Social da ESPM, email: paola@espm.br



2.0, termo cunhado com o objetivo de nomear um novo momento no qual os usuários da internet passaram a ter maior controle sobre o conteúdo postado.

Como explica Paula Sibília:

Essa expressão foi cunhada em 2004, em um debate do qual participavam vários representantes da cibercultura, executivos e empresários do Vale do Silício. A intenção era batizar uma nova etapa de desenvolvimento da internet, após a decepção gerada pelo fracasso das companhias pontocom: enquanto a primeira geração de empresas on-line procurava “vender coisas”, a Web 2.0 “confia nos usuários como co-desenvolvedores”. Agora a meta é “ajudar as pessoas a criarem e compartilharem ideias e informação (2008, p.14).

Se por um lado os sites de redes sociais reúnem, entretém e dão visibilidade aos seus usuários por meio de conexões, criação e replicação de conteúdo entre pessoas ao redor de todo o globo, por outro, sua lógica da velocidade e do instantâneo mudam os valores e bens simbólicos em circulação, alterando os espaços onde são construídas as identidades dos sujeitos na contemporaneidade.

Nesse contexto, destacam-se os sites de redes sociais como lugares privilegiados para troca de experiências e relatos sobre a própria vida. Segundo Boyd e Ellison (2012), sites de redes sociais são aqueles que permitem (1) a construção de um perfil público ou semi-público em uma determinada ferramenta; (2) a articulação de uma lista de conexões e (3) a possibilidade de ver e navegar nessas conexões disponibilizadas na mesma ferramenta.

Nestas redes, atores sociais interagem entre si por meio de uma apropriação, que se dá, segundo Lemos (2002), a partir de conexões estabelecidas por valores que variam em função de diferentes práticas de interação. Estas novas formas de relações sociais modificam também o significado do conceito de capital social que, segundo Recuero (2012), são recursos relacionados a visibilidade e relevância, no contexto das plataformas digitais.

Em suma, o capital social trata-se do valor que é obtido dentro das redes sociais de internet. Segundo Silva, “o capital social não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre competidores mediada por imagens de autodivulgação” (2007, p. 37).

Imersos em um sistema de produção incessante de conteúdo, estamos constantemente construindo e desconstruindo nossas identidades. Segundo Bauman (2012), o sujeito tem que criar a sua própria identidade. Esta nunca é herdada, mas



fabricada em um processo ininterrupto no qual é necessário passar a vida, de fato, redefinindo a própria identidade.

Nesse sentido, há um deslocamento dos alicerces em torno dos quais cada sujeito edifica o que é, uma espécie de “deslizamento de “dentro” de si mesmo, para “fora”, ou melhor: para tudo aquilo que os outros podem enxergar” (SIBILIA e DIOGO, 2011, p. 133). No livro “Show do Eu”, Sibilia (2008) declara que há, na atualidade, uma proliferação de “personalidades *alterdirigidas* e não mais *introduzidas*, construções de si orientadas para o olhar alheio ou “exteriorizadas”, não mais introspectivas ou intimistas” (p.23).

Com isso, surgem novas e variadas maneiras de exibição da intimidade no ciberespaço, uma vez que relatos em tons confessionais compostos por palavras e imagens são compartilhados quase que de forma ininterrupta. Como a própria autora sugere, todos são convocados a “se mostrarem”. Dessa forma, há uma crescente transformação do privado em público, no qual surge um “eu” mais epidérmico e flexível, exibido nas superfícies das telas e da pele (SIBILIA, 2008).

No que diz respeito às dinâmicas sociais que envolvem o sujeito, agora orientado sob a lógica de funcionamento das comunidades virtuais eletrônicas, é possível notar manifestações muito mais multifacetadas. Afinal, o sujeito passa a ser composto não só por uma, mas por diversas identidades, algumas delas contraditórias ou até não resolvidas.

Nas palavras de Hall (1997, p. 13), na atualidade:

(...) os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente.

Por ser, em geral, presente e ativa no ciberespaço, a juventude, tal como seus modos de ser e estar no mundo, constitui um prisma interessante pelo qual podemos estudar processos de comunicação e construção de identidade no cenário contemporâneo. Segundo Bauman (2008), este grupo se apresenta como sensível ator na sociedade de consumidores e seu comportamento nas redes sociais parece não constituir mais uma dimensão paralela e, portanto, separada da vida *off-line*, mas sim uma extensão do que se vive além das telas.

Surgem assim, novas formas de produzir, editar e compartilhar registros da vida, de modo que aumenta também a ambição de exibir, a todo o tempo, quem se é por meio



das telas. “Trata-se, efetivamente, da era do “sorria, você está sendo filmado”. Apogeu do Big Brother como divertimento de massa” (SILVA, 2007, p. 32).

Matta (2012) afirma que os jovens parecem exigir um olhar externo para que possa ser confirmada sua existência. Esta confirmação se dá a partir de um contato com uma audiência, os chamados “amigos virtuais, e o que eles vêem, interpretam e constroem a partir dos dados aos quais têm acesso”.

Em geral, o funcionamento de sites de redes sociais se dá a partir da postagem de conteúdos predominantemente atuais, como notícias e vídeos em evidência no momento, ou ainda reedições instantâneas de episódios que acabaram de ser vividos. Por fim, os bens simbólicos ali trocados constituem o que é compartilhado, curtido e comentado, práticas que embasam e corrobora uma construção identitária que parece influenciar o modo como os relacionamentos interpessoais se constituem atualmente não só dentro destas redes, mas também fora delas.

(2) MAL-ESTAR NA WEB: SUPERPRODUÇÃO DE CONTEÚDO E SUA SUPOSTA DISPERSÃO.

Dentro deste contexto em que a cibercultura se desenvolve e parece permear a maneira como se tecem as interações sociais, emerge uma nova forma de relação espaço-temporal (LEMOS, 2008). Lemos entende que, na pós-modernidade, o sentimento de compressão do espaço e do tempo, no qual o tempo real (imediate) e as redes telemáticas, desterritorializam (desespacializam) a cultura, têm um forte impacto nas estruturas econômicas, sociais, políticas e culturais. Efetivamente, é este o ambiente comunicacional da cibercultura, que se instaura em uma era de temporalidade descontínua, fortalecendo a experiência do presente e priorizando o “aqui e agora”.

Há, dessa forma, uma mudança na percepção do tempo, de modo que este é ressignificado de múltiplas maneiras. Sibilia (2008) afirma que uma certa destemporalização seria um dos elementos constitutivos desse novo quadro da história, de modo que se instaura um abandono da ideia de tempo como um fluxo linear e constante para o surgimento de novas métricas e percepções a seu respeito, cada vez mais exaltadas pelo momento presente. Nas palavras da autora:

Já se tornou um lugar-comum aludir à sensação de viver em um perpétuo presente, como uma característica inerente à



contemporaneidade. Com a crise dos modelos de temporalidade que nortearam a era moderna, hoje se desenvolveram outras formas de vivenciar a passagem do tempo e a inscrição temporal de nossas ações (p. 116).

Segundo a autora, estamos em uma época em que já não parece haver mais um passado fundador do presente e da própria subjetividade, nem tampouco um futuro iluminando o horizonte (SIBILIA e DIOGO, 2011). Assim, a fragmentação e aceleração temporal nos levaram a viver um “agora constantemente”, em que conteúdos produzidos digitalmente são coleções de “tempos presentes” ordenados cronologicamente.

Concomitante a estas questões, que muito intererferem no processo de superexposição midiática sob a qual os jovens vivem, emergem novos conceitos para caracterizar essa produção acelerada de conteúdos. Um dos termos que elucida esta superprodução de dados é o *big data*.

Trata-se de um termo utilizado para descrever grandes volumes de dados que tem ganhado cada vez mais relevância na medida em que a sociedade se depara com um aumento sem precedentes no número de informações geradas a cada dia na *web*. Estima-se que a quantidade de dados produzida pelo ciberespaço dobre a cada dezoito meses⁵, de acordo com a IBM⁶ em 2012.

Em uma sociedade de consumidores, em que se vive sob uma ótica de constantes mudanças e, portanto, de incessantes novos recomeços (BAUMAN, 2008), parece compreensível uma sensação de que se perdeu o controle sobre as informações que estão disponíveis. Estas informações constituem dados que circulam em tempo real e são advindos de sistemas estruturados (minoria) ou não-estruturados (atualmente a maioria) de informação. Os sistemas não-estruturados interessam mais para este artigo, pois constituem aqueles gerados por e-mails, documentos eletrônicos, apresentações de *Powerpoint*, mensagens instantâneas, sensores, câmeras de vídeo e, finalmente, redes sociais da internet como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*.

Se, aparentemente, os sistemas de dados do ciberespaço não têm limites quanto a sua produção, sem dúvidas operam sobre a lógica da precibilidade, na qual é

⁵ Disponível em:

https://www.ibm.com/developerworks/community/blogs/ctaurion/entry/voce_realmente_sabe_o_que_e_big_data?lang=en acesso em: 03/05/2015

⁶ Disponível em: http://www.ibm.com/midmarket/br/pt/infografico_bigdata.html acesso em: 28/03/2015



inevitável que diante de um fluxo incessante de informações alguns dados se desvançam.

Segundo Sibilía e Diogo estes conteúdos do âmbito íntimo parecem nascer com vocação exibicionista, são de curta duração e estão sempre dando lugar a atualizações mais recentes, formando uma espécie de capítulos da vida. Nas palavras das autoras:

[...] esses sistemas exibem uma série de “fotos fixas” e bem ordenadas, sejam verbais ou visuais, mas sempre são episódios recortados e colados um após o outro. Trata-se de um conjunto de retratos instantâneos de momentos presentes da própria vida que vão passando, mas que não necessariamente se articulam e sedimentam para constituir um passado à moda antiga (2011, p. 137).

O conjunto desses retratos instantâneos dos momentos presentes da vida, seja por meio de fotos ou de textos, só é possível devido à difusão das tecnologias e também do acesso a elas, o que aumenta expressivamente a quantidade de dados que transita neste meio.

Se nas redes sociais da internet os usuários são, não só receptores, mas também produtores e administradores de conteúdo, pode surgir, então, um possível mal-estar em relação aos relatos pessoais que são deixados para trás e possivelmente “esquecidos”. Afinal, estes conteúdos representam retratos do passado e portanto, uma espécie de “arquivo da vida”.

De fato, como já tratamos anteriormente, os dados que circulam na internet não parecem estar necessariamente comprometidos com a ideia de durabilidade. Há um “prazo de validade”, uma vez que a todo instante mais conteúdos são produzidos nas redes sociais, sobrepondo-se (algumas vezes literalmente) aos antigos. Por outro lado, é curioso notar como esses relatos, mais ou menos antigos, possuem também sua importância. São eles que, em alguma medida, correspondem à história do presente, ou seja, dando espessura para o momento presente.

Partindo dessas considerações, temos esse arquivo da vida como uma espécie de “tempo congelado”, por meio do qual se torna possível um resgate da memória, aparentemente perdida na imensidão dos conteúdos *on line*.

Sobre o medo do apagamento da memória, Sibilía nos diz o seguinte, citando o autor Guy Debord:

Segundo Guy Debord, esse “tempo congelado” na atualidade seria uma das características basilares da sociedade do espetáculo. No entanto, todo esse a-historicismo atual convive, de uma maneira



aparentemente paradoxal, com uma sorte de obsessão pela memória. Ou, mais precisamente, uma apreensão face às suas possíveis falhas, um verdadeiro pavor suscitado pela terrível ameaça de que nossas lembranças possam ser apagadas (SIBILIA, 2008, p. 116).

Dentro do exposto, podemos identificar dois cenários que aparentemente conversam entre si. Se por um lado temos, por parte dos sujeitos, um movimento de retorno ao passado a fim de resgatar memórias, relembrar momentos ou vivenciar experiências que evoquem episódios já vividos, por outro temos uma sociedade em que tudo se transforma em mercadoria, inclusive a memória. A autora afirma que:

O tempo perdido de hoje em dia já não se extravia mais na neblina do ontem: recicla-se produtivamente e se transforma em mercadoria. Assim, em vez de se deixar recuperar por meio daquela busca auto-exploratória que se tornou obsoleta ou simplesmente impraticável, o passado é consumido de modos cada vez mais diversos e lucrativos. (SIBILIA, 2008, p. 123)

Assim, diferentes formas de consumir o passado parecem emergir como uma solução para o desejo dos usuários das redes sociais de evitar o desconforto de “perder” suas memórias. Por meio de ferramentas, programas e aplicativos, os usuários passam a poder, então, administrar suas próprias lembranças, escolhendo o que deve ser registrado, mantido, deletado ou recuperado.

(3) *TIMEHOP*: RESGATANDO O PASSADO

Este movimento de retorno e resgate do que já foi vivido ganhou atenção no relatório anual de tendências da montadora Ford chamado “Looking Further With Ford”⁷ onde, na edição de 2014, havia um capítulo denominado “Old school”, que ilustrava com dados de pesquisas, produtos e serviços um comportamento recorrente na sociedade contemporânea de vivenciar experiências nostálgicas, que vão de encontro ao passado. O documento ganhou notoriedade como referência em tendências da área de comunicação, pois não se restringe ao segmento automotivo e conta com pesquisadores de todo o mundo para compreender o que está acontecendo nos cenários tecnológico,

⁷ Disponível em:

https://media.ford.com/content/dam/fordmedia/North%20America/US/2013/12/12/Ford_2014_TrendReport.pdf acesso em 17/03/2015



econômico, ambiental, político e social que pode influenciar nas atitudes, comportamentos e valores dos consumidores⁸.

Nesta edição do relatório, a marca expôs que no aplicativo *Instagram*, duas *hashtags* relacionadas à postagem de fotos antigas, *#TBT* e *#ThrowbackThursday*, tiveram, em 2014, mais de sessenta e três milhões de postagens. Segundo a WGSN⁹, empresa de previsão de tendências, estas *hashtags*, que são palavras chaves utilizadas na internet antecedidas pelo símbolo “#”, são usadas quando os usuários do *Instagram* postam fotos deles mesmos quando crianças ou simplesmente fotos antigas, guardadas como recordação.

Esta prática chama a atenção, pois muitas das postagens vinculadas a estas *hashtags* consistem em registros fotográficos pessoais tirados em câmeras analógicas, o que nos faz presumir que nestes casos, o usuário resgatou um documento que, a priori, estava guardado. Este resgate de registros pessoais muito tem a ver com o aplicativo que será analisado neste artigo.

O aplicativo *Timehop* foi lançado em 2011 por Jonathan Wegener e Benny Wong, sua mecânica consiste em notificações enviadas diariamente aos seus usuários com fotos e *posts* antigos feitos em redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Foursquare* e *Dropbox*.

A notificação tem como filtro para seu conteúdo a data do dia em questão, contando com o que foi postado neste dia em anos anteriores. Em um primeiro momento, somente o usuário que postou o conteúdo tem acesso a ele, embora possa optar por compartilhar o que lhe foi enviado pelo *Timehop* em outras redes sociais.

Na *Appstore*, loja online da marca *Apple* onde é possível fazer o download do aplicativo, chama a atenção o uso do termo “*share news from the past*” (compartilhe novidades do passado, tradução nossa) para descrever seu funcionamento, informe que parece conversar com o presente constantemente presentificado de Sibília (2008), de modo que o *Timehop* torna atual algo que aparentemente se dispersou na *web* com o passar do tempo.

Como já discutido, parece haver um mal-estar gerado pela sensação de que o que postamos em sites de redes sociais se perde com o passar do tempo, resultando em uma

⁸ Disponível em: <http://www.prnewswire.com/news-releases/ford-looks-ahead-to-2013-publishes-inaugural-trend-report-revealing-key-consumer-insights-182383331.html> acesso em 03/05/2015

⁹ Disponível em: <http://ffw.com.br/noticias/cultura-pop/exclusivo-wgsn-saiba-o-que-significa-e-quando-usar-hashtags-como-ootd/> acesso em: 07/05/2015

ameaça de que nossas lembranças possam se apagar. Por isso, entra-se em um ciclo vicioso em que a notável quantidade de conteúdo produzido para registrar a vida e documentá-la em redes sociais caminha ao lado de seu eminente esquecimento (com exceção daquele resgatado pelo aplicativo).

Para que possamos tornar nossa discussão mais sólida, detalharemos em dois passos o funcionamento do *Timehop*.

(I)

O primeiro deles refere-se a postagem de conteúdos pessoais nas redes sociais das quais o usuário faz parte. Nesse momento entra em ação o fator “tempo”, pois para que um conteúdo seja incluído nas notificações diárias do *Timehop*, ele precisa completar ao menos um ano de existência na *web*, constituindo uma espécie de “aniversário” da postagem em questão. Este período temporal é de certa forma necessário para que o usuário, que a princípio compartilha conteúdos pessoais com certa frequência nas redes, supostamente se esqueça daquilo que um dia postou.

(II)

O segundo momento é o de aniversário da postagem, onde no período da manhã o usuário do *Timehop* recebe uma notificação com todo o conteúdo pessoal que compartilhou em outras redes sociais naquele dia, só que em anos anteriores. Seguem duas figuras, a primeira um *print* de uma foto postada no ano de 2012 na rede social *Instagram*, enquanto a segunda refere-se ao seu resgate, em 2015, a partir do *Timehop*:

Figura 1 - Foto postada em 2012



Figura 2 - Foto postada no Timehop em 2015



Após o acesso a *timeline* do aplicativo, o usuário pode optar por compartilhar o conteúdo recebido em suas outras redes sociais. É neste momento que ele pode decidir reintroduzir o conteúdo na *web*, característica constituinte da sua versão 2.0, orientada pela produção de informações por parte dos usuários.

Se os relatos pessoais nos sites de redes sociais são característicos das construções identitárias alterdirigidas, onde muitas são as identidades possíveis, retomamos o ponto em que citamos Matta (2012), para discorrer a respeito de como a existência dos jovens na contemporaneidade parece exigir um olhar externo para que seja confirmada. Enquanto isso, se estes relatos são uma prova de que se viveu, a replicação deles pela segunda vez na *internet* através do *Timehop* pode ser assimilada como uma reafirmação do que se viveu.

Além de poder aplicar um filtro que muda a aparência da imagem em questão, o usuário que decidir compartilhar o *post* pode optar por tirar uma foto no presente, como mostra a Figura 3, criando uma lógica de comparação entre estes dois tempos da história.

Figura 3 - Interface do aplicativo





A questão do tempo permeou este artigo pelo fato de o *Timehop* ser orientado a partir desta variável. Como a unidade de tempo utilizada em suas notificações é o ano, o conteúdo resgatado por ele deixa de ser vago e, a partir das notificações diárias de aniversários de *posts*, o *Timehop* parece contar aos seus usuários a história de sua história.

O conteúdo do passado ao qual os usuários do *Timehop* têm acesso restringe-se ao dia em questão, sendo que caso perca a notificação “de hoje”, terá que esperar mais um ano para ter acesso a ela. A lógica do aniversário, assim sendo, faz sentido pelo fato de ser uma data orientada e restrita a um dia do calendário, repetindo-se somente uma vez ao ano.

Como podemos ver nos dois passos do aplicativo, a mecânica do *Timehop* aparentemente trabalha para que o usuário desenvolva uma percepção de que todo dia há algo para ser compartilhado ou, pela lógica do aniversário, comemorado. Mas isto só é possível se ele seguir as regras deste jogo: continuar compartilhando conteúdos pessoais em suas redes sociais.

É como se o *Timehop* se concretizasse a partir de um sistema de retroalimentação, pois só se é notificado se houve produção de relatos pessoais, de modo que o usuário passa a cultivar uma sensação de que pode administrar suas próprias lembranças, tendo em vista que é ele quem decide o que, quando e como postará algo na *internet*.

O fato do conteúdo da notificação se dispersar em vinte e quatro horas parece ser um indício de que para se produzir mais memórias é preciso esquecer as antigas, ao mesmo tempo em que se estimula um olhar para elas, ainda que por um curto período de tempo. Este, provavelmente, é o gatilho que instiga os usuários à produção mais histórias.

A descrição presente no site do aplicativo afirma que atualmente a história das pessoas é contada por intermédio dos conteúdos que elas produzem digitalmente, com a ressalva de que este material muitas vezes se desagrega e acaba “perdido” na *web* com o passar dos anos.

Em entrevista para o TechCrunch¹⁰, um portal de notícias sobre tecnologia, Wegener afirma: “As pessoas gostam de olhar para trás, elas tiram fotos para olhar para

¹⁰ Disponível em: <http://techcrunch.com/2013/01/03/in-the-studio-timehops-jonathan-wegener-talks-mobile-growth/> acesso em 17/03/2015



trás. Você precisa arranjar um meio para que elas consigam fazer isso. Uma desculpa, [...] um contexto. É preciso dar a elas algo emocional. Um contexto que as faça sentir que aquele dia de suas histórias tem um motivo para ser lembrado”.

Neste cenário onde as tecnologias digitais desencadeiam novas formas de sociabilidade e construção identitária dos jovens nas redes sociais da internet, o *Timehop*, que opera sob uma lógica de resgate de um conteúdo pessoal que aparentemente se dispersou no *big data* obteve, em 2014, mais de três milhões de usuários diariamente segundo o *Vatornews*¹¹, um portal sobre *startups* e novas tecnologias.

Dado o exposto, é possível presumir que algum fator no apelo deste aplicativo parece ter ido de encontro a uma necessidade dos usuários de contemplarem os relatos do passado que, agora presentificados, ganham novos significados e possuem algum apelo emocional em suas vidas.

Considerações finais

Neste artigo, propomos-nos a fazer um pequeno recorte sobre como a cibercultura tem influenciado a maneira como o sujeito contemporâneo interage consigo mesmo, com os outros e com o mundo ao seu redor. Foram abordados conceitos como o de capital social, personalidades intro e alterdirigidas e *big data*, a fim de enriquecermos nossa investigação, tornando-a pertinente e válida.

Sabe-se que a produção de conteúdos a todo instante na *web* tem refletido sensíveis mudanças nas diferentes práticas comunicacionais da sociedade contemporânea. Ao passo em que o uso das redes sociais da internet possui um tom confessional e de autobiografia, um mal-estar parece imergir de modo que é desconfortável sentir que tudo o que é postado se dispersará com o passar do tempo.

Assim, o *Timehop* opera como uma forma de curadoria da vida, de modo que conteúdos pessoais de outros sites estariam reunidos em um só lugar, prontos para que seus produtores lembrem que aconteceu, ressignifiquem o que passou e sintam-se instigados a produzir ainda mais conteúdo, ou ainda, vida. Trata-se da constante produção de sucessivos finais que são postados em tom <http://www.significados.com.br/hashtag/de relato a todo instante na web>, reunidos agora em um dossiê que parece ser a vida de todos acessível e digitalizada.

¹¹Disponível em: <http://vator.tv/news/2014-07-22-social-media-nostalgia-app-timehop-raises-10m> acesso em 08/05/2015



Os assuntos abordados neste artigo abrem espaço para estudos dos mais diversos âmbitos, de modo que poderíamos aprofundar nossas pesquisas direcionando nosso olhar para questões como a aparente possibilidade de administração de memórias na contemporaneidade, a maneira como registramos nossas vidas e a relatamos em redes sociais, como se constituem as diferentes formas de construção identitária na contemporaneidade e a quantidade de dados circulantes na *web* e seus impactos.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. **Vida para consumo**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BOYD, D. M., E ELISSON, N. B. **Social network sites: Definition, history and scholarship**, Journal of Computer-Mediated Communication, artigo 11, 2007.
- DAYRELL, J: **O jovem como sujeito social**. Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Educação. Abril de 2013.
- HALL, S. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro, DP&A Editora, 1997.
- LEMOS, A. **Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2008.
- MATTA, J. O. S.: **Mal-estar na adolescência: jovens de agendas lotadas nas redes sociais**. Doutorado em Comunicação e Semiótica – São Paulo – SP, 2012.
- RECUERO, R. **O capital social em rede: Como as redes sociais na internet estão gerando novas formas de capital social**, Universidade Católica de Pelotas, Centro de Educação e Comunicação. Setembro a Dezembro de 2012.
- SIBILIA, P. **Show do Eu**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2008.
- SIBILIA, P. e DIOGO, L. Vitrines da intimidade na internet: imagens para guardar ou para mostrar?, **Estudos de Sociologia**. São Paulo, v.16, p. 127-139, 2011.
- SILVA, J.M. Depois do espetáculo (Reflexões sobre a tese 4 de Guy Debord). In: GUTFREIND, C.; DA SILVA, J. M. **Guy Debord: Antes e Depois do Espetáculo**. 1ª ed. Porto Alegre: ediPUCRS, 2007.